

Model Kualitas Layanan Produk Sepeda Motor Pada Industri Otomotif di Indonesia

Dedi Herdiansyah¹, Meizi Fahrizal²

^{1,2}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak
E mail: herdiansyahdedi@yahoo.com¹ dan meizi.fahrizal@yahoo.co.id²

Abstract

The purpose of this study is to obtain the concept of a service quality model for motorcycle products in the automotive industry in Indonesia. Furthermore, the concept that will be formed is expected to enrich the insights of interested parties in service management and opportunities for improving the implementation of service quality, especially for motorcycle product manufacturers in the automotive industry in Indonesia, which can then be used as a tool to compete with other motorcycle manufacturers in Indonesia. This study uses a descriptive qualitative research approach, with the method of collecting data through in-depth interviews. After the interview, transcription was carried out and continued with the data analysis. From the analysis of the data, the research found several themes of service quality dimensions, consist of: (a). Technical quality namely technology, (b). Functional quality, namely safety, security, comfort and convenience. The main functional quality from the user's perspective is security. Based on the results of the study, these dimensions are the focus of services that must be provided by motorcycle manufacturers, as a tool to compete with other motorcycle manufacturers.

Key words: *Service Quality Model, Features on Motorcycle, User Perspective*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan konsep model kualitas layanan produk sepeda motor pada industri otomotif di Indonesia. Lebih lanjut konsep yang akan dibentuk ini diharapkan dapat memperkaya wawasan pihak-pihak yang berkepentingan dalam manajemen layanan dan peluang-peluang bagi peningkatan penerapan kualitas layanan khususnya bagi produsen produk sepeda motor pada industri otomotif di Indonesia, yang kemudian dapat dijadikan sebagai alat untuk bersaing sesama produsen produk sepeda motor di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Setelah wawancara selanjutnya dilakukan transkripsi dan dilanjutkan dengan tahapan analisa data. Dari tahapan analisis dari data yang dilakukan, maka tim peneliti menemukan beberapa tema dimensi kualitas layanan, yaitu: (a). Kualitas Teknikal yaitu Teknologi, (b). Kualitas Fungsional yaitu keamanan, kenyamanan dan kemudahan. Kualitas Fungsional yang utama menurut perspektif pengguna adalah keamanan (security). Berdasarkan hasil penelitian, maka dimensi-dimensi tersebut, merupakan fokus layanan yang harus disediakan oleh produsen sepeda motor, sebagai alat untuk bersaing sesama produsen sepeda motor.

Kata Kunci: *Model Kualitas Layanan, Fitur-fitur pada Sepeda Motor, Perspektif Pengguna*

Informasi Artikel

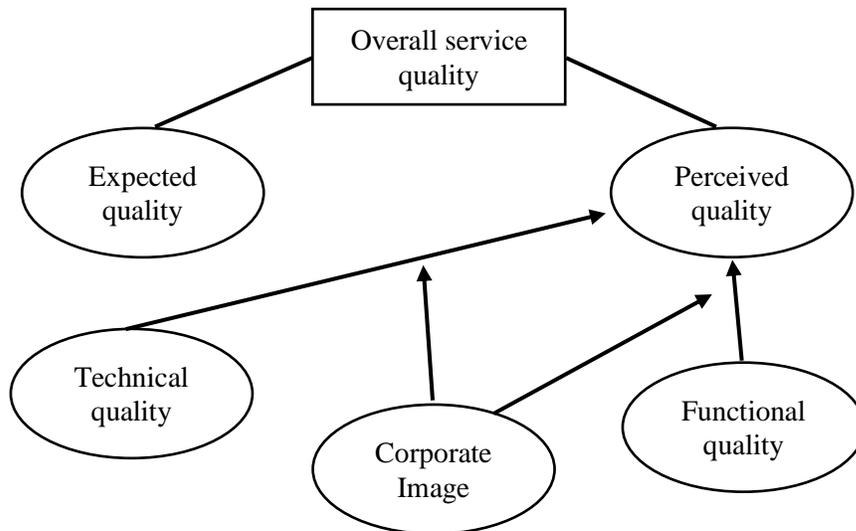
Diterima Redaksi: 28 Oktober 2021 | Selesai Revisi: 30 Oktober 2021 | Diterbitkan Online: 31 Oktober 2021

PENDAHULUAN

Penting bagi produsen untuk mengetahui harapan pelanggan (*customer expectation*) terhadap suatu produk yang disediakan atau akan dijual oleh produsen pada industri tertentu, agar produk yang di produksi akan terserap atau terjual dengan baik di pasar karena sudah sesuai apa yang diinginkan oleh pelanggan. Demikian pula produsen sepeda motor kelompok terbesar di Indonesia yang di dominasi oleh merek Honda, Yamaha dan Suzuki. 3 merk tersebut merupakan merek yang bersaing ketat dalam merebut hati pelanggan untuk industri otomotif khususnya di industri otomotif khususnya produk sepeda motor. Penting bagi mereka untuk terus menggali harapan pelanggan terhadap produk sepeda motor yang mereka produksi agar dapat memenangkan persaingan.

Teori-teori awal mengenai kualitas layanan diantaranya diutarakan oleh beberapa ahli mengenai kualitas layanan. Menurut Grönroos (1982), Kualitas dihasilkan dari selisih antara apa yang dirasakan (*perceived quality*) dengan apa yang diharapkan (*expected quality*) oleh pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa suatu produk atau jasa dinilai berkualitas oleh pelanggan ketika apa yang dirasakan oleh pelanggan tersebut melebihi apa yang diharapkannya. Selain mengadaptasi paradigma diskonfirmasi dalam pengukuran kualitas layanan, Grönroos (1982) juga mengidentifikasi dua dimensi kualitas layanan, kualitas fungsional (*functional quality*) yang mewakili bagaimana layanan ini disampaikan, yaitu mendefinisikan persepsi pelanggan dari interaksi yang terjadi selama layanan. Dan kualitas teknis (*technical quality*) yang mencerminkan hasil dari tindakan layanan, atau apa yang pelanggan terima dalam pertemuan layanan (*service encounter*).

Berikut Model Kualitas Layanan Gronroos, seperti yang kami tampilkan dalam Gambar 1. sebagai berikut:

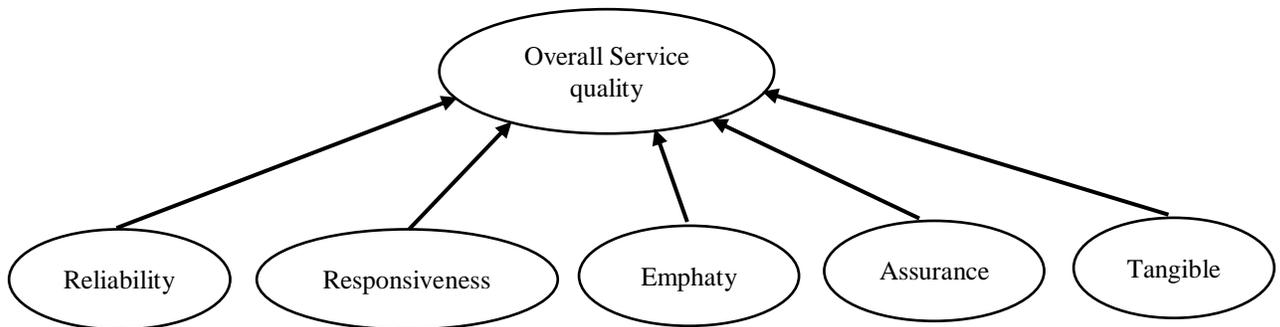


Sumber: Martinez dan Martinez (2010)

Gambar 1. Model Grönroos atau GM (1984)

Gambar 1. Memberikan gambaran kepada kita bahwa produk sepeda motor yang berkualitas, baik secara fungsional maupun tehnikal akan menghasilkan Citra Perusahaan (*Corporate Image*) yang baik, yang pada akhirnya pelanggan akan setia dengan melakukan pembelian ulang pada produk dengan merk tersebut.

Paradigma diskonfirmasi ini juga merupakan dasar bagi Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) dalam model kualitas layanannya yang dikenal dengan model SERVQUAL, yang memandang kualitas layanan sebagai kesenjangan antara level layanan yang diharapkan dengan level layanan yang diterima oleh pelanggan. Ketika Grönroos (1982) mengusulkan dua dimensi yaitu kualitas fungsional dan kualitas teknis, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengajukan lima dimensi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan tangibility, terkait karakteristik dari pengalaman layanan. Seperti yang terlihat pada Gambar 2. berikut.



Sumber: Martinez dan Martinez (2010)

Gambar 2. Model SERVQUAL (1988)

Pada Gambar 2. tersebut dapat disampaikan bahwa jika layanan suatu produk mau berkualitas maka tampilan fisiknya mesti diperhatikan dulu, makanya terkadang kita liat produsen sepeda motor bersaing untuk memproduksi tampilan fisik produk sepeda motornya yang gagah dan elegan, karena biasanya unsur itu dulu yang pertama akan menarik perhatian pelanggan, terutama pelanggan baru. Setelah itu selama penggunaan unsur berikutnya yang akan dirasakan oleh pelanggan yaitu unsur kinerja sepeda motor tersebut.

Beberapa literatur layanan telah menunjukkan bahwa orientasi terhadap pelanggan akan berdampak pada kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis (Krizo, Mazik, Vilgova dan Sirotiakova, 2018; Vargo dan Lusch, 2004, dalam Xia dan Ha, 2021:5). Menurut Dharmesta dan Handoko (2008), salah satu unsur pokok penting konsep pemasaran adalah Orientasi pada Pelanggan (*Customer Oriented*). Dimana perusahaan yang benar-benar ingin memperhatikan pelanggan harus: ‘1). Menentukan kebutuhan pokok (*basic needs*), dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi, 2). Menentukan kelompok pembeli, yang akan dijadikan sasaran penjualan, 3). Menentukan produk dan program pemasarannya. Mengadakan penelitian pada pelanggan, untuk mengukur, menilai, dan menafsirkan keinginan, sikap, serta perilaku mereka, dan 4). Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik, apakah menitikberatkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah, atau model yang menarik.’

Lebih lanjut Tampoli (2014, dalam Suroto, Mananeke dan Samadi, 2018:2980) mengatakan bahwa *Serviceperson customer orientation* dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan dan membagi informasi melalui interaksi yang dibangun dalam rangka mencapai hubungan baik dengan konsumen. Dengan demikian bisnis yang berorientasi pelanggan akan selalu berusaha memenuhi keinginan pelanggan. Dengan keinginan yang terpenuhi maka pelanggan akan menilainya sebagai

pelayanan yang berkualitas, sehingga akan tercipta kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan kembali menikmati layanan bisnis tersebut yang selanjutnya terbentuk kesetiaan pelanggan. Akhirnya pelanggan yang puas dan kembali lagi akan menjamin keuntungan bagi bisnis atau akan menghasilkan kinerja bisnis.

Penelitian bertema pengembangan kualitas layanan yang dilakukan oleh Herdiansyah (2012) yaitu mengenai penggalian terhadap layanan kualitas publik di perbatasan menemukan 8 (delapan) dimensi utama layanan berkualitas yang diartikulasikan oleh para informan dalam penelitian ini, yaitu (Herdiansyah, 2012): (a). Keadilan, (b). Kenyamanan, (c). Kerentanan moral (*moral hazard*), (d). Bukti Fisik, (e). Empati, (f). Keandalan, (g). Daya tanggap, (h). Kualitas teknis.

Kemudian Herdiansyah dan Abdullah (2014) juga telah melakukan penelitian mengenai dimensi layanan berkualitas sebagai harapan mahasiswa terhadap layanan Perguruan Tinggi, Studi Kasus di Kampus POLNEP dengan judul penelitian Penggalian Strategi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage*) Melalui Konsep Model Kualitas Layanan (*Service Quality*) Di Kampus Politeknik Negeri Pontianak: Melalui Perspektif Mahasiswa. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat 7 (tujuh) dimensi kualitas layanan yaitu: keberwujudan, kecepatanggap, ketepatan, empati, jaminan, keadilan dan ketersediaan fasilitas pendukung. Selanjutnya Herdiansyah, Abdullah dan Fahrizal (2018) menemukan *Online Transportation Service Quality (OTSQ)* dengan dimensi-dimensi kualitas layanan sebagai berikut: yaitu: (a). Fisik/keberwujudan (terdiri dari dua hal yaitu: fisik kendaraan dan fisik driver), (b). keamanan, (c). kenyamanan, (d). kecepatan, (e). ketepatan (terdiri dari dua hal yaitu: ketepatan waktu dan ketepatan pesanan, dan (f). Keramahan. Untuk penelitian kali ini Tim Peneliti akan melanjutkan penelitian bertema Kualitas Layanan (*Service Quality*) khususnya kualitas layanan produk sepeda motor pada industri otomotif di Indonesia.

Penelitian tentang Kualitas Layanan mengenai produk sepeda motor lebih banyak didominasi penelitian kuantitatif yang melihat dampak beberapa faktor terhadap penjualan produk sepeda motor. Beberapa penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif yang dimaksud diantaranya adalah seperti yang kami sajikan dalam Tabel 1. sebagai berikut.

Tabel 1 Penelitian Mengenai Kualitas Layanan Sepeda Motor

No.	Peneliti	Judul
1.	Lestiowati, R. 2018	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario.
2.	Panget, B., Tumbel, T.M. dan Tamengkel, L.F. 2018.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. LION di Ternate.
3.	Sumitro, Y. dan Soekotjo, W. 2018	Analisis Tingkat Persaingan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha dan Honda.

Sumber: Data olahan, 2021.

Belum tersedia banyak referensi yang kita dapat temui penelitian kualitatif yang berfokus meneliti untuk menggali harapan pelanggan terhadap produk terutama produk sepeda motor. Untuk itu penelitian kali ini adalah untuk menindaklanjuti *research gap* tersebut dengan melakukan penelitian kualitatif menggali harapan pelanggan untuk produk sepeda motor pada industri otomotif di Indonesia. *Research gap* lain adalah bahwa berbeda industri akan berbeda dimensi kualitas layanan, Cronin (2001, dalam *Caro dan García*,

2008) menyebutnya sebagai modifikasi konsep kualitas layanan. Beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh tim peneliti untuk menggali harapan pelanggan dengan tujuan pengembangan model kualitas layanan yaitu diantaranya Pengembangan model kualitas layanan di Perguruan Tinggi (Herdiansyah dan Abdullah, 2014) dan Pengembangan model kualitas layanan ojek online (Herdiansyah, Abdullah dan Meizi, 2018). Berdasarkan pendahuluan sebagai latar belakang tersebut, peneliti melakukan penelitian mengenai pengembangan model kualitas layanan produk sepeda motor melalui upaya menggali harapan pelanggan untuk produk otomotif khususnya produk sepeda motor.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Sujarweni (2014) bahwa, “Penelitian Kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati”. Sedangkan Danzin dan Lincoln dalam Moleong (2012) menyatakan bahwa, ‘Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada’. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Menurut Sekaran (2003, dalam Lestiowati 2018) “*A descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristics of the variables of interest in a situation.*”

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif akan menghasilkan data dalam bentuk kata-kata yang kemudian data-data tersebut akan ditafsirkan oleh penelitian, sehingga hasil analisa akan menemukan karakter/sifat dari situasi yang diamati.

Fokus dalam penelitian ini yaitu menemukan dimensi kualitas layanan produk sepeda motor. Menurut Salladien (2008) fokus penelitian dapat diartikan difokuskan pada dimensi yang mana yang akan diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut, maka penelitian ini akan berfokus pada Bagaimana konsep model kualitas layanan produk sepeda motor, dan penelitian kali ini lebih difokuskan pada menurut perspektif pengguna berdasarkan pengalamannya menggunakan sepeda motor dengan merk tertentu.

Tempat, Waktu dan Informan Penelitian

Tempat penelitian kali ini adalah Kota Pontianak dan sekitarnya. Waktu penelitian yaitu selama 6 bulan sejak Maret sampai dengan September 2021. Informan dalam penelitian kali ini adalah pengguna produk otomotif yaitu khususnya pengguna produk sepeda motor, terutama mereka yang memahami fitur-fitur yang ada di sepeda motor melalui pendapatnya yang dituangkan dalam data yang ada di *google form*, sehingga mereka yang kemudian terpilih sebagai Informan penelitian.

Teknik Pengumpulan dan Analisa Data

Informan dalam penelitian ini adalah pengguna produk sepeda motor yang memiliki pengalaman menggunakan produk yang dimaksud dan bahkan setia menggunakan merk produk sepeda motor tertentu. Kepada merekalah nantinya yang kemudian akan dilakukan wawancara mendalam (*Indepth interview*). Wawancara mendalam ini dilakukan dengan terus menggali setiap jawaban informan.

Calon informan akan dikenakan kriteria tertentu untuk mendapatkan informan kunci yang benar-benar memahami fenomena yang menjadi fokus penelitian, hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang didapat terjamin informasinya, sehingga akan mendapatkan data yang berkualitas. Seperti apa yang disampaikan oleh Burkholder (2009). *-This criterion is intuitive and ensures quality assurance-* . untuk itu kriteria utama informan kunci adalah pengguna produk sepeda motor yang kemudian menjadi pengguna setia terhadap produk sepeda motor dengan produk tertentu, berdasarkan formulir seleksi calon informan (*screening form*).

Analisa data dalam peneliti kali ini mengacu pada pada langkah-langkah yang diajukan oleh Creswell (2007, dalam Burkholder, 2009), “dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menganalisa data terhadap pernyataan-pernyataan penting (*significant statement*),
- 2) Merumuskan makna dari pernyataan dan mengelompokkan mereka ke dalam aspek/dimensi/tema (*formulated meanings*),
- 3) Membuat deskripsi lengkap mengenai fenomena,
- 4) Mereduksi deskripsi ini ke dalam sebuah deskripsi narasi dari esensi dasar pengalaman menggunakan produk sepeda motor tersebut.”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjelasan Mengenai Tahap Penelitian dan Menentukan Informan Kunci

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dimensi-dimensi kualitas layanan melalui perspektif pengguna produk sepeda motor, yang selanjutnya akan menjadi masukan bagi produsen untuk menyediakan/memproduksi produk sepeda motor yang sesuai harapan pelanggan mendatang. Model ini diharapkan kemudian dapat menjadi alat bersaing antar sesama produsen produk sepeda motor di Indonesia.

Tahap penelitian kali ini dimulai dengan penyusunan proposal yang berisi uraian mengenai fenomena manajerial dalam salah satu teori layanan yang mengatakan bahwa pelayanan prima adalah pelayanan yang mampu menyediakan minimal apa yang diharapkan pelanggan, akan lebih baik lagi jika mampu melebihi harapan pelanggan. Dalam fenomena praktis kita dapat melihat berbagai produsen produk sepeda motor berlomba-lomba (bersaing) dalam memenuhi harapan pelanggan dengan terus berinovasi terhadap produk sepeda motornya. Berdasarkan dua fenomena itu maka penelitian berupaya menemukan harapan pelanggan terhadap produk sepeda motor.

Tahap selanjutnya yang Tim peneliti lakukan adalah menentukan informan kunci (*key informant*), yang diseleksi melalui beberapa calon informan yang telah mengisi formulir seleksi calon informan (*screening form*) melalui google form. Dari tanggal 22 Juni sampai dengan 6 Juli 2021 terdapat 39 calon informan yang telah bersedia mengisi formulir seleksi, dan berdasarkan masukan/saran mengenai fitur-fitur tambahan bagi produk sepeda motor ke depan, maka diperoleh 3 orang Informan Kunci (*Key Informant*) yang akan dilibatkan dalam tahap wawancara. Alasan utama adalah mereka bertiga menuliskan saran terbanyak terhadap fitur-fitur motor ke depan dan menyatakan bersedia untuk dilakukan wawancara (*consent form*).

Tahap wawancara yang dilakukan adalah wawancara mandalam (*indepth interview*). Mengingat kondisi pandemi covid 19, maka berdasarkan kesepakatan bersama, ketiga

wawancara dilakukan secara daring (*online interview*). Wawancara dilakukan dengan menggunakan aplikasi google MEET, dimana Ketua Tim Peneliti membuat link MEETING yang berbeda di setiap proses wawancara terhadap ketiga Informan Kunci. Proses wawancara juga dihadiri oleh seluruh anggota Tim Peneliti termasuk satu teknisi dan dua orang mahasiswa sebagai pendukung kelancaran proses wawancara, dan untuk memastikan konfirmasi data.

Setiap selesai satu proses wawancara maka tahap pengetikan transkripsi segera dilakukan dimana Tim Peneliti dibantu dua orang mahasiswa yang membantu mengetik transkripsi dari hasil rekaman wawancara. Transkripsi dilakukan dalam menjaga validitas data hasil wawancara, sehingga Tim peneliti tidak kehilangan informasi bahkan satu katapun. Transkripsi dan analisa data dilakukan dalam waktu 1 (satu) bulan, mulai dari Agustus sampai dengan September 2021.

Setelah proses pengetikan transkripsi maka tahap Analisa Data. Tahap Analisa data dilakukan mengacu pada langkah-langkah yang diajukan oleh Creswell (2007, *dalam* Buckholder, 2009), “dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menganalisa data terhadap pernyataan-pernyataan penting (*significant statement*),
- 2) Merumuskan makna dari pernyataan dan mengelompokkan mereka ke dalam aspek/dimensi/tema (*formulated meanings*),
- 3) Membuat deskripsi lengkap mengenai fenomena,
- 4) Mereduksi deskripsi ini ke dalam sebuah deskripsi narasi dari esensi dasar pengalaman menggunakan produk sepeda motor tersebut.”

Dalam penelitian kualitatif tahap pengumpulan data berlangsung bersamaan dengan tahap analisa data, sehingga beberapa kesimpulan awal sudah dapat dihasilkan. Berdasarkan data sementara yang sudah masuk dan dianalisa, maka beberapa dimensi layanan dari produk sepeda motor yang diperoleh dari hasil penelitian kali ini, dapat kami tampilkan dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Pengalaman-Pengalaman Informan Kunci Yang Kemudian Mengarah Ke Harapan Fitur-Fitur Produk Sepeda Motor

No	Harapan fitur-fitur produk sepeda motor ke depan	INF-1	INF-2	INF-3
1.	Indikator yang Terintegrasi dengan HP (<i>Smart Phone</i>)	X	X	X
2.	Sistem Pengereman ABS (<i>Anti-lock Braking System</i>)	X	X	X
3.	Kunci Berbasis Teknologi (<i>Smart Key System</i>)		X	X
4.	Fasilitas Charger HP (<i>Power Outlet USB</i>)		X	X
5.	Suspensi USD (<i>Up Site Down</i>)	X		X
6.	Alat Pelacak Motor (<i>GPS-Global Positioning System</i>)	X	X	
7.	Sensor Oli Mesin di Dashboard	X	X	
8.	CC Motor Bertambah (<i>Cubical centimeter</i>)			X
9.	Rem Cakram Depan Belakang (<i>Disc Brake</i>)			X
10.	Fasilitas Pemetaan di Speedometer (<i>Google Map</i>)			X
11.	Pengaturan Kecepatan Mesin (<i>Cruise Control</i>)			X
12.	Alat P3K	X		
13.	Pegangan Tangan (<i>Hand Grip</i>) yang bisa Mengatur Suhu	X		
14.	Alarm Anti Maling		X	
15.	Fasilitas Lampu Hazard (Sein kiri kanan bersamaan hidup)		X	

Sumber: Data Olahan, 2021

Sesuai tahapan analisa data Creswell (2007), maka tahap pertama adalah menentukan pernyataan-pernyataan yang penting (*significant statement*) yang disebutkan oleh para informan terhadap harapan bagi fitur-fitur tambahan yang harus ada di produk sepeda motor ke depan. Pernyataan-pernyataan penting menyediakan titik awal untuk analisis data lebih lanjut, selanjutnya dilakukan pemaknaan (*formulated meanings*). Pemaknaan yang dirumuskan mewakili makna yang mendasari kutipan kata demi kata dari informan kunci pada penelitian.

Tabel 2. disusunurut berdasarkan tema yang paling sering muncul dari ketiga Informan Kunci melalui pernyataan-pernyataan yang muncul selama proses wawancara. Jika ketiga Informan Kunci menyampaikan pengalaman yang sama, itu menandakan fitur-fitur terpenting yang diharapkan ke depan ada di produk sepeda motor berdasarkan pengalaman mereka sebagai pengguna selama ini.

Analisa data selanjutnya yang dilakukan yaitu dengan menghubungkan antara Pernyataan Signifikan (*significant statement*) dan Pemaknaan (*formulated meanings*). Sedangkan langkah terakhir adalah melakukan Deskripsi narasi untuk mendapatkan fitur-fitur layanan produk ke depan yang diharapkan ada oleh pengguna produk sepeda motor, seperti pada table 3 berikut.

Tabel 3 Deskripsi Narasi dan Tema Dimensi Yang Sesuai

No	Informan	Deskripsi Narasi	Dimensi Yang Sesuai
1.	INF-1	INF-1 menyatakan harapannya bahwa apapun fasilitas pada motor ke depannya dapat dikendalikan dengan HP (<i>handphone</i>) pemilik. Hal ini akan menunjukkan kemajuan teknologi dan keamanan bagi pemilik motor	Teknologi (<i>Technology</i>) dan Keamanan (<i>Security</i>)
		INF-1 menyatakan bahwa perlu ada suspensi (<i>shockbreaker USD atau Upside Down</i>) yg bisa di setting dari dasbor motor (<i>dashboard</i>), menyesuaikan beban tunggangan (jumlah penumpang) yang menaiki motor agar menciptakan kenyamanan dalam penggunaan.	Teknologi (<i>Technology</i>) dan Kenyamanan (<i>Comfort</i>)
		INF-1 menyatakan motor perlu dilengkapi dengan fasilitas GPS untuk memudahkan mencari alamat, hal ini dikarenakan kita terkadang harus menuju alamat tertentu yang kita belum pernah kunjungi. Dan fasilitas ini akan sangat membantu bagi mereka yang bekerja sebagai (<i>driver</i>) ojek online.	Kemudahan (<i>Convenience</i>)
		INF-1 menyatakan motor juga perlu ada fitur indikator pengingat ganti oli, fungsinya untuk mengingatkan agar kita tidak lupa mengganti oli. Fitur ini bisa berdampingan dengan fitur indikator pengingat isi bensin yang ada di dasbor.	Teknologi (<i>Technology</i>)
		INF-1 menyatakan motor perlu dilengkapi fasilitas P3K sebagai fasilitas pengobatan pertama atas insiden kecil. Manfaatnya bisa untuk si pengemudi sendiri, maupun untuk membantu pengemudi lain yang mengalami	Fasilitas P3K (<i>Medical Facility</i>)

No	Informan	Deskripsi Narasi	Dimensi Yang Sesuai
		kecelakaan ringan yang ditemui di jalan.	
		INF-2 menyatakan bahwa setiap motor ke depan perlu fitur Rem ABS (<i>Anti-lock Braking System</i>), dimana pada saat pengereman mendadak tidak terkunci otomatis sehingga pengendara bisa mengendalikan motor dan tidak langsung terpejal.	Teknologi (<i>Technology</i>) dan Keamanan (<i>Safety</i>)
		INF-2 menyatakan bahwa fitur yang harus ada di sepeda motor kedepan nya, yaitu wajib <i>smartkey</i> , untuk mengantisipasi pencurian sepeda motor, supaya mudah karena tinggal menekan tombol dari jauh.	Teknologi (<i>Technology</i>) dan Keamanan (<i>Security</i>)
2.	INF-2	INF-2 menyatakan bahwa fitur tambahan yang diharapkan ada di motor yaitu bisa charge hp. Pertama berdasarkan pengalaman perjalanan jauh yang tidak ada listrik dan tidak singgah charge hp, Kedua karena sekarang banyak ojek online sangat memerlukan charge hp, apalagi driver ojek online selalu menggunakan GPS sehingga membuat baterai cepat habis.	Fasilitas Cas HP (<i>Charge Facility</i>)
		INF-2 menyatakan motor ke depan wajib alarm anti maling. Memang sudah ada beberapa (<i>type</i>) motor saja, masih banyak sepeda motor yang belum menggunakan fitur tersebut. Di motor saya sendiri sudah menggunakan fitur anti maling jadi saya merasa aman.	Keamanan (<i>Security</i>)
		INF-3 menyatakan bahwa motor penting memiliki suspensi (<i>Shockbreaker Upside Down</i>), fungsinya untuk peredaman yang lebih baik agar tidak mantul, agar stabil saat berbelok. Sekarang suspensi banyak yang masih menggunakan suspensi biasa sedangkan itu fungsinya sama tetapi agak mantul.	Teknologi (<i>Technology</i>) dan Kenyamanan (<i>Comfort</i>)
3.	INF-3	INF-3 menyatakan motor perlu ada tambahan fitur rem cakram (<i>disc brake</i>) depan belakang. Cakram ini bisa membuat pengemudi motor dapat melakukan pengereman dengan lebih efektif. Dimana dengan rem cakram ini pengemudi dapat mengurangi laju dan menghentikan kendaraan sesuai keinginan pengemudi.	Teknologi (<i>Technology</i>) dan Keamanan (<i>Safety</i>)
		INF-3 menyatakan bahwa motor ke depan juga butuh fasilitas pemetaan (<i>google maps</i>) untuk memudahkan kita (<i>driver</i>) untuk mencari alamat. Soalnya jika menggunakan hp (<i>handphone</i>) itu ribet (repot dalam menggunakan ketika sedang mengendara), namun jika sudah terintegrasi dengan <i>speedometer</i> kita tidak perlu menggunakan <i>handphone</i> dan untuk segi	Teknologi (<i>Technology</i>) dan Keamanan (<i>Safety</i>)

No	Informan	Deskripsi Narasi	Dimensi Yang Sesuai
		keamanan juga. INF-3 menyatakan motor juga perlu ada tambahan fasilitas pengendali kecepatan (<i>cruise control</i>), yaitu fasilitas untuk menjaga kecepatan sepeda motor tetap konstan. Dengan kata lain, motor tetap melaju pada kecepatan yang sama dengan ketika <i>cruise control</i> diaktifkan. Fitur ini juga bisa memberikan dampak positif lainnya, yaitu meningkatkan efisiensi konsumsi bahan bakar. Dikarenakan kecepatan dan putaran mesin konstan mengonsumsi bahan bakar lebih sedikit ketimbang <i>'stop and go'</i> . Fasilitas ini juga bisa membuat pengendara motor lebih nyaman ketika menempuh perjalanan jauh.	Teknologi (<i>Technology</i>) dan Kenyamanan (<i>Comfort</i>)

Sumber: Data Olahan, 2021

Pada tabel 3. Deskripsi narasi secara lengkap dari masing-masing Informan Kunci ini kemudian dianalisa dan diringkas untuk kemudian menjadi tema fitur-fitur layanan dari produk sepeda motor ke depan. Tema-tema untuk semua Informan Kunci kemudian dicek/diperiksa dan ditemukan beberapa kesamaan muncul di antara pernyataan informan, yang menghasilkan tema fitur-fitur utama yang mewakili semua Informan Kunci, yang merupakan bagian dari pengalaman sebagai pengguna produk sepeda motor.

SIMPULAN DAN SARAN

Beberapa simpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian menemukan model kualitas layanan produk sepeda motor yang diperoleh berdasarkan perspektif pengguna produk sepeda motor. Tim Peneliti menemukan dimensi-dimensi layanan berkualitas yang diharapkan oleh pengguna sepeda motor (*customer expectation*).
- 2) Dari tahapan analisis dari data yang dilakukan, maka tim peneliti menemukan beberapa tema dimensi kualitas layanan, yaitu: (a). Kualitas Teknikal (*technical quality*) yaitu Teknologi, (b). Kualitas Fungsional (*functional quality*) yaitu fasilitas (charge dan medis atau P3K), keamanan (*safety and security*), kenyamanan dan kemudahan. Kualitas Fungsional yang utama menurut perspektif pengguna adalah keamanan.
- 3) Berdasarkan hasil penelitian, maka dimensi-dimensi tersebut, merupakan fokus layanan yang harus disediakan oleh produsen sepeda motor, sebagai alat untuk bersaing sesama produsen sepeda motor.

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang ada tersebut, maka Tim Peneliti merekomendasikan beberapa saran kepada produsen motor sebagai berikut :

- 1) Tim peneliti menemukan bahwa Dimensi Keamanan merupakan dimensi utama yang diharapkan oleh para pengguna, tersedia dari produk sepeda motor. Untuk itu penting bagi produsen sepeda motor mengedepankan aspek keamanan dari produk sepeda motor mereka ke depan, karena itu yang aspek utama diharapkan oleh pengguna.

- 2) Selain itu para produsen sepeda motor juga disarankan memperhatikan aspek teknikal pada produk sepeda motor, karena sangat terkait sebagai penilaian kualitas layanan dari perspektif pengguna. Dimensi Teknologi pada sepeda motor yang wajib tersedia diantaranya adalah *Anti-lock Braking System (ABS)*, *shockbreaker USD (Upside Down)*, *GPS (Global Positioning System)*, *Google Maps* dan *Cruise Control*. Tidak dapat dipungkiri persaingan dalam hal teknologi merupakan persaingan serius untuk memenangkan persaingan antara sesama produsen motor.
- 3) Saran terakhir dari tim peneliti yaitu penting bagi produsen sepeda motor untuk memenuhi semua harapan pelanggan melalui dimensi kualitas layanan produk sepeda motor, karena memenuhi atau melebihi harapan pelanggan merupakan wujud Pelayanan Prima (*Excellent service*). Dan produsen yang bisa memberikan pelayanan prima akan memenangkan persaingan bisnis karena memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*)

DAFTAR PUSTAKA

- Burkholder, D.U. 2009. *Returning Counselor Education Doctoral Students: Issues of Retention and Perceived Experiences*. Disertasi PhD dari Kent State University College and Graduate School of Education, Health, and Human Services.
- Caro, L.M., dan Garcia, J.A.M. 2008. *Developing a Multidimensional and Hierarchical Service Quality Model for the Travel Agency Industry*. *Tourism Management* **29**, pp.706–720.
- Dharmesta, B.S., dan Handoko, T.H. 2008. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama Cetakan Keempat, BPFE Yogyakarta.
- Grönroos, C. 1982. *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki.
- Grönroos, C. 1984. *A Service Quality Model and Its Marketing Implications*. *European Journal of Marketing* Vol. 18 No. 4, pp.36–44.
- Herdiansyah, D., Abdullah, dan Fahrizal, M. 2018. *Pengembangan Model Kualitas Layanan Transportasi Online di Indonesia*. *Jurnal Inovasi dan Bisnis* Vol. 6, hal.142-152.
- Herdiansyah, D. dan Abdullah. 2014. *Penggalian Strategi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Sustainable Competitive Advantage) Melalui Konsep Model Kualitas Layanan (Service Quality) Di Kampus Politeknik Negeri Pontianak: Melalui Perspektif Mahasiswa*. Paper dipresentasikan pada Seminar Penelitian Politeknik Negeri Pontianak.
- Herdiansyah, D. 2012. *Pengembangan Konsep Kualitas Layanan Dari Pengalaman Pelintas Batas (Studi di Pintu Perbatasan (Border) Entikong, Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat)*. Disertasi. Universitas Brawijaya.
- Križo, P., Madzík, P., Vilgová, Z., dan Sirotiaková, M. 2018. *Evaluation of the Most Frequented Forms of Customer Feedback Acquisition and Analysis*. *Proceedings of the International Conference on Knowledge Management in Organizations*. Springer, pp.562–573.
- Lestiowati, R. 2018. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario*. *Jurnal Analisis Kebijakan Publik* Vol. 8, No. 2, hal.81-104.

- Martínez, J. A. dan Martíñez, L. 2010. *Some Insights on Conceptualizing and Measuring Service Quality*. Journal of Retailing and Consumer Services Vol 17, pp.29–42.
- Moleong, L.J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Pangest, B., Tumbel, T.M. dan Tamengkel, L.F. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. LION di Ternate*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6, No. 4, hal.62-69.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*. Journal of Marketing Vol. 49, pp.41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. 1988. *SERVQUAL: a Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing Vol. 64, No. 1, pp.2-40.
- Salladien. 2008. *Memahami Research Question, Focus, Teori, Paradigma, Analisis Data, dan Existing Models Dalam Terapan Penelitian Kualitatif (termasuk suplemen bahasa presentasi)*. Paper dipresentasikan pada Workshop Metodologi dan Tindak Lanjut Penelitian (*Action Plan*) Bagi Dosen Cangkok di PPS Universitas Brawijaya.
- Sujarweni, W. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Penerbit Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sumitro, Y. dan Soekotjo, W. 2018. *Analisis Tingkat Persaingan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha dan Honda*. Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis. Vol. 23, No. 2, hal.286-296.
- Suroto, R.A., Mananeke, L. dan Samadi, R.L. 2018. *Pengaruh Green Product, Serviceperson Customer Orientation dan Store Environment Terhadap Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Konsumen pada The Body Shop Manado Town Square*. Jurnal EMBA Vol. 6, No. 4, hal.2978-2987.
- Vargo, S.L., dan Lusch, R.F. 2004. *The Four Service Marketing Myths: Remnants of a Goods-based, Manufacturing Model*. Journal Service Research Vol. 6, No. 4, hal.324–335.
- Xia, Y. dan Ha, H.Y. 2021. *Does Customer Orientation Matter? Direct and Indirect Effects in a Service Quality-Sustainable Restaurant Satisfaction Framework in China*. Jurnal Sustainability Vol. 13, No. 1051, pp.1-16.